

Tesis
2657

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION Y DE LA COMUNICACION SOCIAL

Tesis Monográfica

Producto Simbólico: Objeto de Deseo del Consumidor



Realizado por Eliana Terbeck

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Materia: Seminario de Investigación

Catedra: Raul . H. Burzaco/ Ivonne Laugier/Gabriel Curi

Bs. As. Agosto de 1998

Indice

Introducción	Pag. 1
• Capítulo 1	
Necesidades Psicológicas.....	Pag. 2
a) Teorías de la Motivación.....	Pag. 3
a.1) Teorías Biológicas.....	Pag. 3
a.2) Teorías del Aprendizaje.....	Pag. 3
a.3) Teoría Cognitiva.....	Pag. 4
a.4) Teoría de la Emoción.....	Pag. 4
b) Teorías y Evaluación de la Personalidad.....	Pag. 5
b.1) Escuela Psicoanalítica.....	Pag. 5
b.2) Teoría del Aprendizaje.....	Pag. 9
b.3) Escuela Humanista.....	Pag. 9
b.4) Teorías de Tipos y Rasgos.....	Pag. 10
c) El Consumo.....	Pag. 11
• Capítulo 2	
Teorías Sociológicas.....	Pag. 14
a) Actitudes, Status y Rol.....	Pag. 14
b) Sociedad de Consumo.....	Pag. 16
• Capítulo 3	
Publicidad.....	Pag. 20
a) Mecanismos Publicitarios.....	Pag. 21
a.1) Necesidades y Deseos.....	Pag. 24
b) Los Cambios Sociales en la Publicidad.....	Pag. 27
c) Los Anuncios Publicitarios.....	Pag. 29
c.1) La Persuasión.....	Pag. 31
c.2) Percepción Selectiva.....	Pag. 34
d) Segmentación.....	Pag. 37
• Capítulo 4	
Radiografía del Consumo en la Argentina.....	Pag. 42
• Capítulo 5	
Imagen de Marca y Posicionamiento.....	Pag. 49
a) Imagen de Marca.....	Pag. 49
b) Posicionamiento.....	Pag. 56
• Capítulo 6	
Herramientas de Comunicación.....	Pag. 60
a) Promociones.....	Pag. 60
b) Auspicios/Sponsorships.....	Pag. 62

c) Identidad Corporativa.....	Pag.63
d) Diseño de Packaging.....	Pag.65
e) Value for Money.....	Pag.68
• Capítulo7	
El Caso Camel.....	Pag.69
a) La Psicología del Fumar.....	Pag.69
b) Joe Camel.....	Pag.72
• Capítulo 8	
Caso Mercedes Benz.....	Pag.80
a) Psicología del Automovilista.....	Pag.80
• Conclusiones.....	Pag.89



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

“ La efectividad de la publicidad radica en la carga simbólica que le confiere a los productos que muestra, convirtiéndolos en objetos de deseo que hacen que el consumidor se sienta atraído hacia ellos”.

La idea de este trabajo es probar la hipótesis analizando las características del consumidor desde un punto de vista psico-social, así como también analizar la publicidad en sí y las herramientas que ella utiliza para llegar al consumidor.

Para hacer ésta investigación más específica y aplicable procederemos al análisis de las comunicaciones de marketing de dos marcas Mercedes Benz y Camel, ambos productos con una imagen de muy fuerte pero completamente diferentes entre sí en cuanto al consumidor tipo, a la campaña, y sobre todo al costo de adquisición de los mismos. Ambos son productos de alta implicación en lo simbólico, siendo Mercedes Benz además un producto para un target muy selecto por el costo que representa la compra del mismo.

A lo largo de los diferentes capítulos se irá delineando la idea hipótesis central que originó éste trabajo, “ cada vez menos nos relacionamos con los productos considerándolos como genéricos y cada vez más nos fijamos y dependemos de lo simbólico”.

Es por lo dicho anteriormente que trataré de probar más adelante, que la efectividad de la publicidad radica en la carga simbólica que le confiere a los productos que muestra, convirtiéndolos en objetos de deseo que hacen que el consumidor se sienta atraído hacia ellos. También trataré de probar que la idea de caducidad (se genera la necesidad de poseer un determinado bien, y después de haberlo presentado como algo deseable, se desilusiona al al público al sacar al mercado otro objeto que mejora las características del anterior) , y la débil fidelidad a la marca son consecuencia de la efectividad de la publicidad.

La hipótesis aquí enunciada y su contexto serán probados en los siguientes capítulos

Capítulo 1

Necesidades Psicológicas.

Como punto de partida de nuestro análisis debemos entender primero que es lo que mueve a una persona a comportarse de una determinada manera (Motivación) y por qué las personas reaccionan de maneras diferentes (Personalidad).

Para responder a estos interrogantes, no creímos conveniente tomar como verdad absoluta las ideas de un sólo autor, por lo tanto decidimos exponer brevemente los puntos básicos que modelan el pensamiento de varios autores sobre los dos temas anteriormente mencionados.

a) Teorías de la Motivación

Para alcanzar una meta las personas deben tener suficiente activación y energía, un objetivo claro, y la capacidad y disposición de emplear su energía durante un período de tiempo lo suficientemente largo como para poder alcanzar esa meta.

Los estudiosos de la motivación han descubierto la importancia de tres tipos de factores. Los componentes biológicos, los aprendidos y los cognitivos se mezclan en la motivación de la mayor parte de las conductas.

Un elemento primordial en la motivación es la manera de sentir nuestras emociones, reacciones, subjetivas al ambiente que van acompañadas de respuestas neuronales y hormonales, generalmente experimentadas como agradables o desagradables y consideradas reacciones adaptativas que afectan nuestra manera de pensar.

Estados emocionales como el miedo, el enfado y la excitación están caracterizados por señales fisiológicas.

Pero las emociones también poseen sus aspectos aprendidos y cognitivos, que contribuyen a que personas distintas reaccionen de diferente manera ante las mismas experiencias. Ante

nuestros sentimientos, a veces respondemos sin pensar, a veces hacemos lo que hemos aprendido como apropiado a una situación

Finalmente, la combinación de nuestras reacciones biológicas, aprendidas y cognitivas, afectan a nuestra manera de entender el mundo, así como a nuestra manera de actuar en él. A menudo, es difícil distinguir entre la motivación y la emoción, porque las dos se hallan íntimamente relacionadas. En general, los teóricos de la motivación opinan que existe una estrecha relación entre los sentimientos y las acción.

Las teorías de la motivación se agrupan en tres categorías.

Algunas subrayan la base biológica de la motivación, otras acentúan la importancia del aprendizaje y otras se concentran en el papel de los factores cognitivos.

a.1) Teorías Biológicas

Atribuye la conducta humana a la herencia de los instintos, pautas relativamente complejas de comportamiento que no han sido aprendidas. Sin embargo, la teoría de los instintos no puede explicar las diferencias individuales

La teoría impulso desarrollada por Hull intentó superar estas diferencias, los impulsos biológicos, estados de tensión interna, impelen a las personas a la acción. A diferencia de los instintos, que se supone que no sólo impulsan sino que también dirigen la conducta, los impulsos proveen sólo de la energía que predispone a la acción. Lo hacen produciendo un estado de tensión que la persona o animal desea modificar. La reducción de este impulso representa el refuerzo suficiente para que se produzca el aprendizaje.

a.2) Teoría del Aprendizaje

El aprendizaje desempeña un papel mucho más importante a la hora de dirigir la conducta animal y humana. Un gran número de conductas se pueden enseñar.

La recompensa más poderosa para el ser humano es el esfuerzo social, como el elogio. Elegimos como modelos a las personas que parecen conseguir las mayores recompensas.

a.3) Teoría Cognitiva

Explican nuestra conducta basándose en los procesos del pensamiento, la manera como reaccionamos a los acontecimientos depende del modo como los interpretamos.

La conducta que se dirige hacia la obtención de una meta determinada dependerá de cómo se evalúen ciertos factores. Los fines poseen valores incentivadores o valencias. Cuando una meta tiene para mí una valencia más grande que otra, existe mayor probabilidad de que la elija. Las expectativas también son importantes, como la expectativa de si una meta es realista, o si tengo la capacidad de alcanzarla y cuánto tiempo tardaré para alcanzar el éxito. Con las expectativas sobre el papel de la mujer en la sociedad parece comprobado que las mujeres a menudo dejan de competir con los varones cuando creen que la tarea incluye habilidades propiamente “ masculinas “. Para muchas mujeres el éxito en su profesión ha generado conflictos en su vida personal.

Nuestros sentimientos constituyen un elemento importante para motivar nuestra conducta y nuestro propio comportamiento, y el de los demás son elementos importantes para hacernos sentir una amplia gama de emociones

a.4) Teoría de la emoción

Las principales teorías de la emoción, consideran a ésta un sentimiento bien fisiológico, bien cognitivo o bien cómo un producto de la interacción de factores físicos y mentales. *teoría de James-Lange (los sentimientos son un productos fisico).* Ambos dudaron de la suposición tradicional de que primero se vive algún suceso (por ejemplo, que se nos acerque un atacante), se siente acto seguido la emoción (el miedo) y luego experimentamos las sensaciones fisiológicas relacionadas con esta emoción (el corazón

late más de prisa, la respiración se acelera, las palmas de las manos sudan, se siente debilidad en las rodillas, etc.) y nos comportamos de la manera que creemos adecuada a la situación (luchamos, gritamos, nos desmayamos o corremos). Tanto James como Lange arguyeron a favor de una inversión de esta secuencia, es decir, que la base de las emociones deriva de nuestra percepción de las sensaciones fisiológicas, como los cambios en el ritmo cardíaco y la tensión arterial y las contracciones de los músculos viscerales y del esqueleto. Esta teoría sostiene que las respuestas fisiológicas son diferentes para cada emoción, lo cual no siempre es verdad.

b) Teorías y Evaluación de la personalidad

En tanto que nuestras actitudes, nuestros valores, nuestras opiniones y nuestras emociones son las piedras angulares de nuestra individualidad el modo como actuamos en estos estados mentales determinan lo que otros verán como nuestra personalidad, podemos ser descriptos por los rasgos que parecen gobernar nuestra conducta la mayor parte del tiempo.

Veremos las más importantes. que se agrupan en *cuatro extensas categorías: las psicoanalíticas, las del aprendizaje, las humanistas y las de tipos y rasgos.*

La teoría del aprendizaje entiende que la personalidad está determinada por las experiencias externas, por el ambiente, mientras las otras tres escuelas de pensamiento la ven como formada en nuestro interior, surgiendo de necesidades, impulsos y características básicas e innatas.

b.1) Escuela Psicoanalítica

Freud.

Estructura de la personalidad

El yo, el ello y el super yo son las tres diferentes estructuras de la personalidad; cada una de ellas cumple una función diferente y se desarrolla en distinta época.

El ello está presente ya al nacer. Está constituido por necesidades básicas como el hambre, la sed y la sexualidad, a las cuales Freud llamó instintos de vida, alimentados por una forma de energía llamada libido. El instinto de vida es denominado eros. El ello contiene asimismo el instinto de muerte, responsable de la agresividad y la destrucción. El ello demanda la gratificación inmediata. Opera mediante el principio del placer del cual persigue la inmediata gratificación de los instintos.

Cada instinto consta de una necesidad corporal. La necesidad da lugar al deseo y el deseo dirige la conducta.

No siempre satisfacemos los instintos directamente; a veces usamos objetos substitutivos, desplazamiento. Cuando un desplazamiento produce un logro social valioso, se denomina sublimación.

El yo, se desarrolla poco después del nacimiento, cuando el niño se da cuenta de que no todo lo que quiera lo obtendrá automáticamente y que tendrá que buscar la manera de conseguirlo. Opera mediante el principio de la realidad, por el cual una persona idea un plan y entonces lleva a cabo algún tipo de acción para ensayar este plan y ver si está en el camino correcto.

El ello (irracional e inconsistente) siente y expresa irracionalmente la emoción; el yo trata de encontrar una manera de gratificar al ello, mientras sigue considerando la realidad.

El super yo, la última parte que se desarrolla de la personalidad, aparece en la primera infancia. Opera mediante lo que podríamos llamar el principio de perfección. Representa los valores que los padres y otros componentes de la sociedad comunican al niño como ideales.

El super yo está formado por el yo ideal (el " deber " por el cual se nos aprueba, al cual aspiramos y del cual nos sentimos orgullosos), y la conciencia (lo que no debemos hacer,

aquello por lo que somos castigados y por lo que nos castigamos a nosotros mismos a través del sentimiento de culpa).

Las tres caras de la psique, se hallan en estado de equilibrio unas con otras. Su integración es dinámica y sin embargo, cuando estas fuerzas están desequilibradas, surge la ansiedad en el individuo. Para aliviar la presión el yo a menudo pone en marcha una o más defensas.

Represión :

En una situación que produce ansiedad, una persona puede bloquear el acceso a la conciencia de ciertos impulsos o experiencias

Regresión:

En situaciones que producen ansiedad, se puede retornar hacia formas de conducta de un período anterior para tratar de recuperar la seguridad que recordamos.

Proyección:

Una manera de tratar pensamientos y motivos inaceptables es proyectarlos o atribuirlos a otro

Formación Reactiva:

Cuando una persona siente que algunos de sus sentimientos son inaceptables, puede reemplazarlos por los opuestos.

Racionalización:

Otra manera de resolver una situación difícil es justificar nuestra conducta pensando que la dificultad no existe.

Carl Jung

El aspecto más controvertido de la teoría de Jung es su creencia mística en los orígenes raciales o históricos de la personalidad.

Creía que las raíces de la personalidad son muy anteriores al nacimiento del individuo, se remontan a lo largo de generaciones. De nuestros distantes antepasados heredamos una predisposición común que moldea la manera de contemplar y responder a la vida.

Jung opinaba que la mente está constituida por el yo (la mente consciente), el inconsciente personal (material reprimido u olvidado) y el inconsciente colectivo (la parte de la mente derivada de los recuerdos ancestrales). El inconsciente colectivo está formado por arquetipos, ideas emocionalmente cargadas que unen los conceptos universales a la experiencia individual.

Los arquetipos pueden ser descritos como símbolos de temas comunes que se encuentran a lo largo de generaciones y todas partes del mundo.

Según Jung, poseemos muchos arquetipos con los que hemos nacido y que influyen en nuestra conducta, por ejemplo la persona (la máscara social que adoptamos).

Adler

Adler creyó que el individuo era primariamente social, no sexual, y que los motivos sociales son más poderosos que los sexuales.

Aunque creyó que la naturaleza social del hombre es innata, también mantuvo que los tipos de experiencias sociales que uno tiene con los demás, especialmente padres y hermanos durante la infancia, influyen en la manera de establecer sus relaciones a lo largo de la vida.

Adler acuñó el término complejo de inferioridad. Creía que los individuos algunas veces, tratan de equilibrar sus sentimientos de inferioridad, compensándolos desarrollando lo que él llamó complejo de superioridad.

Como fundador de la psicología del individuo, Adler insistió en la singularidad de los mismos. Con esta creencia fue el precursor de los humanistas, ya que hizo hincapié en el concepto estilo de vida personal, que es el modo que una persona lucha para vencer sus sentimientos de inferioridad y desarrolla un sentido de autovaloración para llegar finalmente a lo que los humanistas llamaron la autorrealización o auto-actualización.

Como Jung, Adler también ha considerado que la conducta se dirige hacia un propósito determinado en lugar de estar movida por factores inconscientes. Adler ha destacado la